

Francisca Ferreira Michelin ¹
Denise Ondina Marroni dos Santos ²

A ROUPA do MODERNO: representações da moda na década de



¹ Professora-Adjunta no Departamento de Artes Visuais/Instituto de Artes e *Design*/UFPeL, Coordenadora *Pró-Tempore* do curso de Mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural/Instituto de Ciências Humanas/UFPeL, Coordenadora do curso de Especialização em Patrimônio Cultural: Conservação de Artefatos/ Instituto de Artes e *Design*/UFPeL. Doutora em História pela PUC/RS.

² Aluna do curso de Especialização em Patrimônio Cultural: Conservação de Artefatos/ Instituto de Artes e *Design*/UFPeL.

Resumo

Na década de 20, na cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul, repetiam-se fatos do panorama editorial que ocorriam tanto na capital do Estado como em outras cidades do País. Dentre esses fatos, a moda, como notícia e expressão do viver moderno, aparecia nas páginas da revista *Ilustração Pelotense* e nos jornais da cidade, a qual se afirmava, também, por essas vias, progressistas e modernas. Enquanto o *design* editorial e de moda delineava-se no mundo, no Sul do mais austral estado do Brasil, as representações da moda feminina traduziam idéias e um ideário negociado entre a modernidade prescrita e aquela aceita para uma sociedade de vivência rural e balizada pelos preceitos positivistas. No contraponto de fotografias impressas e matérias, o texto observa como a moda traduzia desejos e possibilidades, que, sem equação possível, afluíam em pequenos conflitos.

Palavras-chave

Moda; fotografia de moda; modernidade.

Abstract

During the 1920s, editorial panorama facts which were happening in the State capital as well as in other cities of the country were also happening in the city of Pelotas, Rio Grande do Sul State. Amongst these facts, fashion, as news and modern living expression, was in the pages of Revista Ilustração Pelotense and in the newspapers of the city that was establishing itself also in this paths, progressist and modern. While the editorial and fashion design was outlined worldwide, in the very south of Brazil, the fashion representations of feminine style translated ideas and an ideary negotiated between the prescribed modernity and the one accepted for a rural society and limited by the positivist precepts. Contrary to the printed photographs and subjects, the text observes how the fashion translated the desires and possibilities, which without possible equation, emerged in little conflicts.

Key words

Fashion; fashion photography; modernity.

1920 Um preâmbulo sobre o início

Já se fez a distinção entre indumentária e moda, inclusive Treptow (2003) refere que a primeira teve existência exclusiva na Pré-História até o fim da Idade Média. Essa evolução histórica das roupas, que tanto acompanhou o desenvolvimento de organizações sociais mais complexas como de técnicas de produção da matéria-prima, indica o modo de vestir como um item das culturas. Mas a moda nasce datada, ainda segundo a autora, no séc. XVI, com o advento do Antigo Regime, posterior à desintegração dos feudos e inserida como um fato da nova ordem social constituída. O poder que se centralizava nas mãos dos monarcas, a conseqüente formação dos Estados e a reorganização das cidades, como estruturas necessariamente abertas, porque não mais auto-suficientes, permitiram que informações inerentes aos grupos passassem a ser compartilhadas, cambiando costumes, antes de longa vida, e mudanças lentas. Moda e classes sociais compartilham desse início e estão relacionadas.

A moda foi uma resposta à necessidade de diferenciação entre nobreza, clero e plebe. A nobreza delimitava-se por elementos sociais que compunham a esfera de relações do rei, na qual o desejo de o indivíduo diferenciar-se dos demais do seu grupo equacionava a necessidade de igualar-se aos mesmos, diferenciando-se, por essa via, das outras classes. A aparência, da qual a roupa operava como eficaz vitrina, era usada tanto para afirmar o pertencimento do indivíduo à sua classe, como para singularizá-lo perante os seus iguais. Dentro desse processo, um resultado positivo dava-se como marca distintiva e passava a ser imitado por outros. Quando a burguesia se instituiu como uma classe, foi a vestimenta imitada dos nobres que outorgou-lhe, na hierarquia social, semelhança, ao menos na aparência, com os poderosos. No percurso traçado por Treptow (2003), é a partir da Revolução Industrial que a moda se constitui como fenômeno, beneficiado pela evolução da indústria têxtil, pela velocidade crescente no fabrico das peças e pela disseminação de modelos que se faziam acessíveis a um número maior de pessoas.

No mesmo período em que os costureiros encontraram no desenho de peças (que viriam a constituir coleções) um caminho para aumentar as vendas para os burgueses mais ricos, o meio mais eficaz na propagação e divulgação da moda passava por um fato semelhante: a industrialização da fotografia. Benjamim (apud FERNANDEZ, 1985), no seu irrecusável ensaio sobre os retratistas do séc. XIX,

observou como o *carte de visite* deu início a uma fotografia sem aura, objetivada a vender um serviço que, para atingir o grande público, apartou-se, em definitivo, do fazer introspectivo de fotógrafos como Nadar ou Otavius Hill. Mas, se por um lado, essa alta-costura, nascida dentro dos *ateliers* dos grandes costureiros, objetivava o cliente rico, a fotografia, como meta da indústria fotográfica, objetivava o maior número de clientes, o que equivalia, ao longo de sua existência, à busca pelo barateamento do processo e dos produtos. Enquanto a fotografia popularizou-se, a alta-costura constituiu sua identidade em projeto voltado para uma minoria desejosa e apta financeiramente para arcar com o custo da diferenciação. O conceito da alta-costura, que concebeu a roupa para além da sua funcionalidade, só foi incorporado à indústria da roupa após a Segunda Grande Guerra, quando o mercado estadunidense descobre esse filão latente e incorpora à produção do vestuário em série as idéias de diferenciação e gosto pessoal. É então que o gênero fotografia de moda, esboçado nas últimas décadas do séc. XIX, especifica seus objetivos e consuma uma vocação imanente para informar através da representação, as idéias da aparência.

Mas é necessário lembrar que a fotografia de moda, como um gênero, deve sua existência aos periódicos que a faziam veicular. Para isso, para ser veiculada em múltiplos, o fotógrafo gerava a representação da roupa vestida pela modelo. Observando fotografias assinadas pelo Barão Adolph de Meyer e publicadas na *Vogue*, nos últimos anos da década de 1910, percebe-se que o conceito de representação, dentro do qual a roupa é focada sob uma determinada tradução visual (para a qual concorriam cenário, iluminação, tipo de modelo e outros

A moda foi uma resposta à necessidade de diferenciação entre nobreza, clero e plebe. A nobreza delimitava-se por elementos sociais que compunham a esfera de relações do rei, na qual o desejo de o indivíduo diferenciar-se dos demais do seu grupo equacionava a necessidade de igualar-se aos mesmos, diferenciando-se, por essa via, das outras classes.

elementos) já era manifestado e operava em consonância com os recursos que a tecnologia fotográfica permitia. A sofisticação dessas fotografias assinadas por De Meyer pôde, em boa parte, ser atribuída à sua condição aristocrática (era rico de nascimento, mas não nobre), mas também pode ser entendida como uma forma de fotografar a modelo como se a estivesse retratando, como se estivesse gerando retratos de indivíduos e não mostruários de vestimentas projetadas segundo conceitos de classe e gosto.

Fotógrafo em essência, adepto dos princípios da *Photo-Secession* e, portanto, avesso à estética fotográfica submissa à imitação da pintura, De Meyer deu forma e personalidade ao gênero que se iria fazer conhecer como fotografia de moda e contribuiu para convencer os periódicos de que era através da fotografia que se fazia com que a criação de roupas se tornasse moda, ou seja, a fotografia estava mais apta a traduzir a idéia imanente à roupa do que a ilustração.

A opção de George Hoyningen-Huené, ele sim aristocrata de nascimento, acrescenta em decisão sobre a peculiaridade da representação fotográfica quanto ao gênero moda. No início da sua carreira Hoyningen-Huené ilustrou moda para a Harper's Bazaar e para Fairchild's Magazine. Foi inevitável que trocasse o desenho pela fotografia quando começou a trabalhar com a *Vogue* de Paris. Continuou com a fotografia durante toda a carreira, e é inspirador olhar suas fotografias sob o aspecto de uma composição que usa fundo e luz para criar linhas que destacam a modelo do conjunto. A esses dois nobres (um feito pelo casamento, outro de berço) acrescenta-se um fotógrafo destituído de título nobiliárquico, mas fascinado desde a infância pelo brilho das celebridades: Cecil Beaton. Londrino de nascimento, ainda jovem, consegue ser contratado pela *Vogue* de New York e pela *Vanity Fair*. Convicto de que a fotografia seria capaz de traduzir a diferença entre o cidadão comum e o célebre, Beaton evoluiu para um estilo pessoal: suas imagens apresentavam a modelo como personagem de um cenário intenso em detalhes, cujo fim parece ser o de enunciar o *glamour* do indivíduo.

Esse foi o início da fotografia de moda e que, justamente, estendeu-se pelos anos de 1920. Da década de 30 em diante, de acordo com Roseblum (1981), conceitos oriundos do Surrealismo e Dadaísmo, gerados nas vanguardas do pós-guerra, influenciarão o universo de representação da moda, e nomes como os de Clifford Coffin e Cecil Beaton tornariam antigo o universo elegante e requintado representado nas fotos de 1920. Mudando sempre, em consonância com as tendências do vestir, a fotografia de moda traçou um percurso indissociável das revistas e, a partir de meados dos anos 40, da publicidade. Mas o conceito de partida, que precedeu o desenrolar de um gênero afirmado, constituiu-se, nos anos

20, em grandes centros de moda nos quais se produziam e distribuíam as grandes revistas de moda. Também, e de forma similar e inspirada, deu-se a utilização da fotografia de moda nos arrabaldes mais discretos do mundo, invisíveis para esse mundo de estrelato brilhante e afirmativo, mas que vendo-o e desejando-o, buscavam reproduzir de forma singular os princípios imediatos, as idéias instantâneas. É sobre um desses casos que se desenvolve o texto a seguir.

1920 Os loucos anos 20 na “Princesa do Sul”

Comprei um bilhete, entreguei-o ao porteiro e me dirigi para a platéia. [...] Uma particularidade observei: é que dificilmente se encontram duas toilettes iguais. Poderão ser de mesma cor, mas o ataviamento diverge por completo. A platéia estava quase tomada: convidei meu amigo R. para escolhermos um lugar bom [...]. Já o ambiente está estonteante, com as ondas de perfumes que vagueiam: dando uma nota chic de elegância da mulher pelotense. Repentinamente escurece e os olhares firmam-se na tela, onde vai focar-se o filme. [...] Meu amigo R. depois d'uma lucia exaustiva apossou-se dos olhares de uma loirinha insinuante [...]. Meu amigo R. conquista, de facto, a loirinha “ete la session se fini”. Mademoiselle L. era a deusa de meu amigo R. ... (M. V.; DIÁRIO POPULAR; 31/3/1925, p. 2).

Em 1920, a experiência do cinema oportunizou aos espectadores de todo o mundo, nas telas de projeção, uma representação realista do mundo. O *charleston*, o *jazz*, o *fox trot*, ritmos que embalaram os anos 20, associados à invasão do cinema, ressonariam preponderantemente sobre o comportamento desses espectadores, trazendo-lhes, de forma até então inusitada, a vivência da moda. Na cidade de Pelotas, uma das mais antigas do Rio Grande do Sul, a riqueza advinda da indústria saladeril permitiu, ao longo do século XIX, aos mais abastados, a adoção de um vestuário importado da Europa, que oportunizou, simultaneamente, uma convivência imediata com as inovações européias. Os arraigados costumes da sociedade da “Princesa do Sul” viram-se confrontados com o gosto mundano europeu e, apesar dos protestos da Igreja e das ferozes críticas dos conservadores,

freqüentemente contrários a essas formas e gostos do vestir e do portar-se (especialmente no que concernia às mulheres), a moda impunha-se, ainda que negociada.

As influências do cinema no trajar e no comportamento femininos tornaram-se fatos registrados pelos periódicos da época, que, normalmente, exibiam artigos criticando a maneira leviana e frívola com que conduziam o comportamento das melindrosas e dos almofadinhas. Esses textos, em boa parte, eram transcritos de jornais cariocas e publicados em jornais locais. Assim era que, nesse início dos anos 20, marcado pelo fim dos dissabores experimentados no período da Primeira Guerra Mundial, amalgamava-se o desejo de viver intensamente com o da liberdade no vestir. Tidos como novos tempos, esses anos não apenas propiciavam como também induziam a mulher a uma nova postura – até então dedicada às atividades relacionadas à vida doméstica, a mulher dá o primeiro passo rumo à emancipação, buscando exercer novos papéis na sociedade. Era assim no mundo e, parcialmente, também o era em Pelotas. Não obstante, se num contexto universal o construtivismo abstraía formas, e a arquitetura funcional da Bauhaus exibia linhas puras, Coco Chanel adotava peças do vestuário masculino, lançando calças largas para mulheres, combinando suéteres masculinos sobre saias retas, numa inovadora seqüência de criações práticas, adaptadas às novas necessidades, que contemporizavam com as idéias de funcionalidade e linhas claras que o novo espaço público exigia. Nesse mundo que ditava as normas para a cidade do charque, em certa medida, as diferenças sociais eram atenuadas por esse novo visual, pelo qual a moda parecia estar se democratizando. Permitia-se produzir numa variedade de tecidos, vestidos curtos, de linhas retas, que, além de higiênicos, poderiam ser facilmente confeccionados em casa combinados ao poder aquisitivo e ao gosto individual, mesmo daqueles cuja renda não exorbitava em direção ao qualificativo de riqueza.

Um exemplo faz-se oportuno nas páginas de uma revista ilustrada, publicada em Pelotas, durante oito anos, nas quais a autora de uma crônica não assinada, intitulada “Moda”, não só atacava os altos preços das peças do vestuário feminino, como também, estimulava as leitoras à confecção de suas próprias roupas, anunciando suas idéias em tom de grande importância:

Os preços das luvas aumentaram de tal maneira que já não se sabe como fazer para andar enluvada sem ficar arruinada. Talvez as experiências que se estão fazendo com seda artificial venha resolver o problema [...]. Agora que as mangas curtas são permitidas, eis como se faz facilmente uma blusa: em um metro e três quartos de tecido faz-se

uma abertura para passar a cabeça e uma outra pequena na frente; no lugar da cintura põe-se um elástico estreito e as cavas com botões. (ILUSTRACÃO PELOTENSE, 1^o./2/1919).

É possível que também essa crônica fosse copiada de outros periódicos, mas o comentário adequava-se ao ambiente da cidade no qual o espaço feminino, outrora restrito ao lar, ampliava-se, ainda que modestamente. No panorama da Europa e da América do Norte, a mulher (tratada aqui como uma categoria genérica) procurava adaptar-se às oportunidades apresentadas, inclusive ocupando espaços antes reservados aos homens, fato decorrente, em substanciais medidas, da experiência da guerra, durante a qual fora solicitada a preencher vagas de emprego como balconista, secretária, telefonista, cargos que doravante se tornariam tradicionalmente ocupados por mulheres. Remuneradas, essas funções proporcionaram a independência econômica a muitas mulheres o que lhes possibilitou, entre outras coisas, a oportunidade de trajar-se fora dos padrões ditados pela vida no lar. Evidentemente, essa mudança comportamental não foi integralmente adotada em Pelotas, mas também na cidade que se dizia aristocrática já se observava a presença feminina no espaço público, sem o tão evidente controle dos homens. As notícias e as opiniões expressas nos jornais e periódicos da época traduzem esse comportamento moderno, ainda que o desejo de emancipação fosse tímido em seu exercício concreto. Exemplo é o artigo publicado sob o título “A Mulher Gaúcha”, enviado por uma leitora, Alice Martins Dornelles: “As mulheres deviam ter o direito de voto, porque não são somente os homens que sofrem com os maus governos.” (DIÁRIO POPULAR, 3/8/1921). Concomitantemente à

As influências do cinema no trajar e no comportamento femininos tornaram-se fatos registrados pelos periódicos da época, que, normalmente, exibiam artigos criticando a maneira leviana e frívola com que conduziam o comportamento das melindrosas e dos almofadinhas.

manifestação de Alice quanto à capacidade das mulheres de eleger seus governantes, outro leitor, Vinicius da Veiga, assinava um artigo partidário da liberdade feminina; contrapondo-se aos muitos e freqüentes discursos que consolidavam a mulher como “rainha do lar”.

Veiga defendia o conceito de que

a mulher não foi feita exclusivamente para trazer durante nove meses, no seu ventre, um fructo de victoria do amor sobre a matéria, e emprestar o calor do seu seio e do seu corpo maravilhoso ao pequeno ser, e alimentá-lo com o seu leite. Somente a anatomia estabelece distinção entre o homem e a mulher pelos órgãos de função sexual. Ansiava pelo dia em que as mulheres romperiam os grilhões sociais e políticos que cercam a liberdade debaixo do jugo da tradição dos séculos. (O REBATE, 5/9/1922, p. 1).

Tal idéia, particularmente exibida no artigo publicado naquele jornal, defende a libertação da mulher pelo divórcio e pelo direito de voto, através do qual, segundo o autor, “as mulheres poderão discutir com conhecimento de causa, a sua emancipação e decretar o banimento de leis absurdas que as escravizam”. Veiga, o autor do artigo, surpreende pela manifestação, tendo em conta que no período não apenas pais e maridos, mas também e especialmente a Igreja católica, empenhavam-se em curar essa febre *doidivana*, arrefecendo a rigidez dos discursos moralistas para assegurar a continuidade dos costumes. O manifesto de Veiga surpreende, mas se deve lembrar que o jornal no qual publicou era afeito à oposição partidária do governo local e, conseqüentemente, fomentava, sempre que possível, dissonâncias sobre os preceitos positivistas. Esse polêmico discurso aponta a situação na qual a mulher dessa sociedade encontrava-se: ao mesmo tempo comedida por padrões morais orquestrados sob o prenúncio do pecado e afetada pelas mudanças socioculturais que a incitavam a um novo modo de trajar e a uma postura diversa e conflitante com a já então estabelecida. Faziam-se esperadas as conseqüências advindas do rompimento de posturas tão estabelecidas e ditas, até então, certas. A Igreja não poupava argumentos na evocação dos preceitos da moral e dos bons princípios, como ilustra o texto inflamado de Teophilo Biafra:

A mesma matrona arrebecada e quási nua vereis passar por vós [...]. Parece que se lhe foi o senso de moral. E nós. Homens, embora viciados e maus, como a nossa epocha, paramos muitas vezes [...] escandalizados pelo desgarrar de uma virgem que passa e confundimos a senhora com a meretriz immunda [...]. Hoje a mulher, a sacerdotisa antiga, a deusa do lar, desacostumou-se da rigidez heratica dos seus costumes. Perdoa tudo e quer tambem tocar com os lábios soffregos a taça dos prazeres. Cruza as pernas em publico como qualquer cocote, beberica, vae a escola prostibular dos cinemas, numa provocação lasciva aos homens, esquecida de seu dever, da sua missão piedosa de mães, enganada pelo brilho fugaz da vida elegante. (DIÁRIO POPULAR, 25/1/1920).

Obviamente, a essas alturas, não seria mais possível retroceder. No contexto de outrora, não se poderia acolher a mulher que experimentara a eloqüência e o efervescente desejo de viver que transbordavam, nos anos 20, dos anúncios, das telas do cinema, das notícias vindas das grandes cidades: havia, sobretudo, o apelo para se divertir. Nesses anos, a mulher passaria a se preocupar com a forma física, a praticar esportes, a domesticar a fome. A ordem “menos é mais”, sugerida pelas novas estéticas, prevaleceria, manifestando-se, também, através de um vestuário que solicitava formas esguias e corpos atléticos. O espartilho, caído em desuso, seria substituído pela borracha, utilizada em roupas interiores para achatar as formas arredondadas do corpo feminino.

Hollander (1996) considera que,

no passado, o apelo feminino ao toque, tinha sido indireto, centralizado na roupa em vez do corpo, que se mantinha oculto e intocável. A cintura vestida por um corpete era um convite ao abraço, enquanto oferecia um apelo perverso junto à recusa. Nos anos vinte, os tecidos aderiram ao corpo, confessando que a mulher podia senti-lo, convidando, de fato, os outros a senti-lo. Entretanto, a característica de nudez da moda feminina passaria a exigir um efeito distanciador, configurado através da magreza extrema. (p. 166).

Esse esqualido e esguio visual sugeria uma forma infantil, o cabelo à la *garçonne* reportava à figura de um menino, enquanto um aspecto andrógino aludia à ambigüidade: os trajes femininos masculinizavam-se. Conseqüentemente, segundo a autora, houve um deslocamento do foco de interesse masculino sobre o corpo da mulher (foco até então direcionado às ancas e aos seios) para as pernas, mostradas em vestidos mais curtos. Contudo, esse novo padrão estético, provocaria reações adversas: o autor de uma crônica, intitulada “Modos de Usar a Moda”, comenta o fracasso dos ataques moralistas ao trajar feminino, obrigando a Igreja a tomar para si a tarefa de policiar os excessos das modas nos três pontos cardeais: colo, braços e pernas, ao menos no recinto dos templos. No entanto, a preocupação do cronista aponta de maneira especial para a nova realidade do corpo feminino:

Mas as damas com collo, braços e pernas ao leo, ainda que constrictamente ajoelhadas, postas as mãos, com o branco dos olhos revirados para cima, ainda assim não receberão a hóstia, consagrada. O sacerdote, diante do renque das commungantes, deverá, arriscando um olho e, de soslaio, bispar, é o caso de se dizer, a ovelha que estiver muito tonsurada. E, tendo-a, assignalado, passará adiante, sem lhe ministrar o corpo do Senhor. Julgamos que a igreja tem razão. Só pensará diversamente aquelle que não tiver ainda contemplado e sentido o espectáculo desolador de braços esqueleticos, sovinas axilas, pernas entreparentheses que exibem pela rua da cidade. Nada é tão imoral como as coisas feias. Comprehendemos por isso que se proteste, não propriamente quanto ás linhas geraes da moda, mas quanto a o seu uso inadequado. (ILLUSTRAÇÃO PELOTENSE, 16/12/1924).

O cinematógrafo lançava na tela cenas do mundo moderno, ao mesmo tempo em que promovia uma busca constante pelas novidades, que eram vivenciadas intensamente pelo espectador.

Não obstante, o cinema veiculava imagens e estabelecia padrões visuais e comportamentais. O cinematógrafo lançava na tela cenas do mundo moderno, ao mesmo tempo em que promovia uma busca constante pelas novidades, que eram vivenciadas intensamente pelo espectador. Numa reflexão sobre a amplitude relativa às representações cinematográficas, sobretudo aos assuntos relativos à sexualidade, Roberto Lyra, colaborador da revista *Ilustração Pelotense*, assina um texto indicado como “A Obra do Cinema”, no qual cita o surgimento de uma tendência mimética, acoplada ao advento do cinema, na qual a jovem brasileira, arbitrariamente, aceita e copia tudo o que se configure moderno:

A mãe que defende o recato da sua filha escondendo-lhe certos delicados conhecimentos, não hesita em levá-la, pelo braço, ao cinema e abrir seus olhos inexperientes á mais completa realidade da vida. O pae, que proíbe á filha determinadas leituras, acompanha-a para assistir aos romances vivos, sem que lhe ministre antes o senso do real com uma compreensão baseada num raciocinio equilibrado e lhe eduque os sentidos pelo esclarecimento da sensibilidade. Os malefícios do cinema incidem, principalmente sobre a mulher [...]. Deparamos uma jovem da melhor sociedade. Contemplamo-la. O olhar e uma meiguice ensaiada, o andar balançado, o sorriso de uma brejeirice de empréstimo, o porte simulado, o traje escandaloso, o gesto affectado. A maneira de falar com os rapazes – o braço levantado á altura dos hombros – para apertar-lhes, convulsivamente, as mãos, acompanhado de reviravoltas nos olhos a Pina Menichelli. O cruzar das pernas, quando se sentam nos bondes. E tanta cousa mais... (ILLUSTRAÇÃO PELOTENSE, 16/12/1924).

Em certa medida, o artigo sublinha a fusão e a oposição à modernidade como parte de um processo cognitivo, no qual o indivíduo submergia na tensão advinda com a vida moderna, em meio a valores emergentes, estímulos sensoriais, relações de espaço e tempo inusitadas às culturas e, sobretudo no caso do cinema e da moda, a uma constante ameaça sociocultural que resultaria na dissolução de valores morais e comportamentais. Sob esse último aspecto, justifica-se encontrar com diversas formas a tentativa de preservar tradições, dada no rebate à idéia de abarcar as potencialidades do mundo moderno e à negação de conceitos e realidades concretos que se davam, dentre tantas outras maneiras, pelo abandono de um vestuário sólido e estático, substituído pelo vestuário simples, figura notória da liberdade moderna.



Figura 1: Retrato de jovem ocupando página inteira

Fonte: Ilustração Pelotense – 1919.

Esse conflito de comportamento, observado estritamente pelos olhos vigilantes que essa sociedade mantinha sobre mulheres de bons costumes, se dava a partir de um fato mais geral, inerente ao mundo da indústria da moda. Conforme sucedera desde o século XIX, a moda pelotense continuava, nos anos 20, a ser importada diretamente da Europa. Peças assinadas por costureiros como Poiret, Chanel, Jeanne Lanvin e Worth, inteiravam o guarda-roupa dos bem-

vestidos. Embora óbvio, faz-se mister lembrar que esse luxo se reservava apenas aos que, por ele podiam pagar. Os que não podiam pagar davam às costureiras o trabalho de copiar os modelos, o que era possível, pela simplicidade da forma desse novo vestuário e pelos módicos preços de alguns tecidos – incluindo o *jersey*, resgatado por Chanel do vestuário íntimo, que, em 1916, o introduziu no vestuário externo, inclusive em *tailleurs* e vestidos. Prenunciava-se, assim, a democratização do vestir que, se para muitos vinha a contento, para outros não era vista com bons olhos. Tanta simplicidade possibilitava que costureiras ou habilidosas donas de casa pudessem, como de fato o fizeram, copiar os modelos exibidos em revistas ou nas telas de cinema, ou das roupas usadas pelas bem-abastadas, que pagavam muito pelos modelos com os quais se deixavam fotografar nos lugares do bem-viver. Essa fotografia, com bastante freqüência, no caso de Pelotas, vinha a figurar nas páginas da Ilustração Pelotense e nos jornais da cidade. O plágio provocava reações adversas, fato retratado numa crônica intitulada “Modas”, cujo autor não foi identificado:

Entre nós a democratização da moda e a falta de propriedade no vestir faz passear uma “melindrosa” em vestido de baile às 4 horas da tarde no sol e na poeira da rua 15, e permite a nossa cozinheira copiar, sem sombra de escrúpulo, o nosso melhor vestido para ir com elle ao Baile da Flor do Abacate ou do Mimoso Myosatis. (O REBATE, 25/7/1919, p. 1).

Figura 2: Instantâneo de jovens indo à *matinée* no Cine Ponto Chic

Fonte: Ilustração Pelotense – 1919.



Entretantes, essa situação caudalosa incomodava também os costureiros que protestavam quanto à reprodução de seus modelos exclusivos, quando esses eram exibidos pela imprensa e em revistas que não eram de moda. No desejo de exibir modelos inéditos, trajar-se segundo os últimos lançamentos das modas européias, extravagâncias e excessos eram cometidos. Mme. Gil, que num espaço intitulado “Diario” no jornal *A Opinião Pública*, escrevia regularmente artigos sobre moda, advertia as leitoras sobre a imitação desenfreada, que ignorava inclusive as diferenças sazonais entre Europa e Brasil:

Toda tradição nas modas européias, tem indiscutivelmente, influencia direta nas elegâncias mundiaes. Não vale isso por dizer que essa vassalagem chegue ao extremo de adoptar modelos de inverno, quando nos encontramos em plena estação calmosa, ou vice-versa. Além do soberano ridículo que tal practica nos traria, há a contar os inconvenientes hygienicos, verdadeiramente desastrosos. A saúde, sobretudo, se resente desse absurdo, pois é intuitivo que o uso de trajes pesadíssimos a 34^º á sombra só poderá produzir perturbações orgânicas, mais ou menos graves [...] que de uns tempos a esta parte uma certa reacção se vem notando, principalmente no Rio, onde não são raras vezes a imprensa ridicularisou pessoas que se diziam elegantes e, para isso, não prescindiam de acompanhar os modelos parisienses, offerecendo assim o aspecto mais constritador possível: trajes de inverno em pleno verão... (OPINIÃO PÚBLICA, 11/1/1919, p. 1).

Segundo a cronista, as costureiras, freqüentemente, sacrificavam o senso prático, a fim de apresentar modelos inéditos, resultando fatalmente num cômico espetáculo

exibido pelas ruas da cidade. A solução, portanto, consistiria numa atitude das leitoras em relação às costureiras, não deixando ao seu arbítrio a confecção dos trajés. Mme. Gil escrevia desde longa data nesse jornal e já havia registrado suas impressões em momentos anteriores, nos quais a “Princesa do Sul” deparava-se com a mudança no comprimento das saias, que subiam na altura da canela. A imprensa da época designava essa moda por “roupas higiênicas”, correta para as ruas de cidades como Pelotas nas quais os bondes puxados por cavalos circulavam nas ruas de passeio estreito, gerando sujeira que a barra dos longos vestidos carregava adiante. É bem observado por Palomino (2003) que a origem desse encurtamento e de outras supressões no vestuário feminino foi decorrência da presença das mulheres na guerra, experiência depois aproveitada pela celeridade da vida cotidiana, em especial daquelas que incluíram o trabalho fora de casa no rol de suas possibilidades. Por essa época, falando dos preços e do comprimento das saias no período da Primeira Guerra, Mme. Gil escrevia, na sua coluna, negociando, modestamente, a modernidade com os preceitos irrevogáveis dos bons costumes:

A saia curta é muito practica, contanto que não se exagere. Até os próprios capellões militares a adoptaram. Assim são as batinas das trincheiras. Sem termos as mesmas razões, as nossas saias seguem os preceitos da hygiene e da commodidade. Aconselho a todas que as usem – e todas a usam – que se aproveitem da volta da bota e da botina alta para deixarem as meias extremamente finas. Estas meias eram caríssimas antes da guerra, tornava-se preciso constantemente substituil-as pois não resistiam a uma caminhada mais longa nem a uma volta de tango. Agora não é occasião para muita despesa... (OPINIÃO PÚBLICA, 7/7/1917, p. 1).

E essa auspiciosa invasão da modernidade, logo no começo do século XX, sobretudo no período pós-guerra, traduzia-se não só em palavras, mas também em imagens. Os produtos anunciavam-se em jornais e revistas, mas, seguramente, a publicidade, assim como o *design* editorial, ainda estava entabulando sua forma. Na década de 20, copiando e postulando as soluções adotadas pelas publicações feitas nas metrópoles, revistas e periódicos como os que circulavam em Pelotas, não utilizavam a fotografia de moda, mas apresentavam a moda em fotografia.

1920 A moda em texto e imagem: algumas conclusões

Em 1920, a fotografia ainda constituía uma das principais fontes de notícia e informação visual. No que tange à moda, foi responsável pela divulgação do que se projetava nos centros de criação para e sobre os demais lugares, por distantes que fossem, desde que passíveis de apresentar público consumidor para periódicos ilustrados, motivados a surgir se potencialmente houvesse leitores.

Posteriormente, a partir dos anos 50, com a ascensão do mercado de moda no Brasil, em grande parte decorrente do processo de industrialização que promoveu novas tecnologias agregadas às fibras sintéticas, o mercado editorial também se definiu. A indústria da moda virou notícia e faturamento publicitário; em vinte anos surgiram revistas que passaram a acompanhar, a promover e a se sustentar sobre os grandes negócios franqueados pelos desfiles e tendências. Publicitários, estilistas, jornalistas, editores de arte, modelos e também fotógrafos iniciaram a formação de equipes profissionais, regidas, em boa parte, pelos padrões ditados nos grandes centros da moda. Esse período, posterior ao recorte do nosso estudo, teve um marco nos anos 50, quando a revista *Capricho* vendeu 550 mil exemplares. Na

A indústria da moda virou notícia e faturamento publicitário; em vinte anos surgiram revistas que passaram a acompanhar, a promover e a se sustentar sobre os grandes negócios franqueados pelos desfiles e tendências. Publicitários, estilistas, jornalistas, editores de arte, modelos e também fotógrafos iniciaram a formação de equipes profissionais, regidas, em boa parte, pelos padrões ditados nos grandes centros da moda.

seqüência, em 1959, surgiu a revista *Manequim*; dois anos depois, a *Claúdia* e, em 1969, a *Desfile*, cada uma objetivando um tipo de público feminino. Conseqüentemente, tudo se avolumou: número de anunciantes, editoriais de moda, encartes divulgando a roupa pronta para uso. E a partir dos anos 80, com a abertura do mercado, as grifes estrangeiras ingressaram no País, fazendo com que a indústria brasileira se confrontasse com a concorrência através da busca de definição de identidades locais.

Mas, lá na década de 20, esse acalorado sistema de venda e consumo ainda era um prenúncio vago e talvez só em parte imaginável. Sonhando com a Europa civilizada do além-mar, os cidadãos das cidades do Rio Grande do Sul construía seus modelos inspirados naquilo que era projetado nas telas dos cinemas e reproduziam parte desse universo nas páginas dos periódicos e diários que aqui circulavam. Em Pelotas, os jornais *Diário Popular*, *Opinião Pública* e *O Remate* apresentavam colunas de moda, e a revista *Ilustração Pelotense*, que por quase uma década foi publicada em Pelotas e distribuída em outras cidades do Rio Grande do Sul, foi preponderante nesse sentido. Nas páginas da *Ilustração Pelotense*, texto e imagem apontam para o que poderia ser a moda, o comportamento, os tipos de beleza, a saúde e o gosto que imperava naqueles anos, no município e no seu entorno.

A particularidade do momento político no qual a revista foi editada transparece nos valores que tais imagens traduzem do ideário que regia o comportamento através de uma educação vigilante sobre hábitos e costumes e que encontrou, na moda do vestir, difícil contraponto a ser negociado.

As jovens belas e gentis senhorias
(segundo as legendas das retratadas)
ensaiavam a pose, o gesto, o olhar, o
sorriso (que ainda era contido e eventual),
mostrando o que deveria ser mostrado,
especialmente roupas e acessórios,
ousando usar modelos dos grandes
centros, com os ajustes permitidos.

As fotos da *Ilustração Pelotense*, que somam volumosos conjuntos, permitem que se perceba como ao longo dos anos de existência da revista, o retrato, a documentação de eventos e os instantâneos serviram para fins diversos, inclusive aos de divulgar a moda e negociar suas inovações em uma sociedade conflitada pelo desejo de ser moderna e o de permanecer fiel e convicta aos padrões de comportamento, especialmente os femininos, engendrados no século XIX. As jovens belas e gentis senhorias (segundo as legendas das retratadas) ensaiavam a pose, o gesto, o olhar, o sorriso (que ainda era contido e eventual), mostrando o que deveria ser mostrado, especialmente roupas e acessórios, ousando usar modelos dos grandes centros, com os ajustes permitidos.

Ao compararmos anúncios de produtos de beleza e anúncios de artigos essencialmente femininos, veiculados na *Ilustração Pelotense* com aqueles que aparecem em outras revistas do período, publicadas no Rio de Janeiro, o contraste é notório. Tanto a imagem quanto a mensagem, na segunda publicação, permitem-se mostrar o corpo feminino e enunciar aspirações nitidamente mundanas. Assim é que, nas páginas da *Ilustração*, a fotografia sinalizava ou indicava os parâmetros a serem seguidos ou mantidos, que diziam respeito à vida na cidade e também ao comportamento feminino, já que esse era um público inquestionável para a revista, assim como o era para os jornais da época que, tal como as crônicas e matérias mostraram, indicava o panorama de pequenos conflitos que o incipiente mundo da moda promovia. Assim, fotografia, moda e modernidade estabeleceram uma rede que se revela hoje em texto e imagem sobre os anos 20 do intenso século passado, na sulina Pelotas.



Figura 1: Retrato de jovem ocupando página inteira

Fonte: Ilustração Pelotense – 1919.



Figura 2: Retrato de jovem ocupando página inteira

Fonte: Ilustração Pelotense – 1919.



Figura 3: Retrato de jovem ocupando página inteira

Fonte: Ilustração Pelotense – 1919.

1920 Referências

BIAFRA, Theophilo. Uma tarefa digna. *Diário Popular*, Pelotas, p. 1, 25 jan. 1920.

BENJAMIM, Walter. Pequena história da fotografia. In: FERNANDES, Florestan (Org.). *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1985.

HOLLANDER, Anne. *O sexo e as roupas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LEHNERT, Gertrud. *História da moda do século XX*. Colônia: Konemann, 2000.

PALOMINO, Érika. *A moda*. São Paulo: Publifolha, 2003.

ROSEMBLUM, Naomi. *A world history of photography*. New York: Abbeville Press Publishers, 1981.

TREPTOW, Doris. *Inventando moda: planejamento de coleções*. São Paulo: Empório do Livro, 2003.

Fontes

Diário Popular. Jornal diário, Pelotas, edições dos anos 1920 e 1921.

O Rebate. Jornal diário, Pelotas, edições dos anos de 1919 e 1922.

Opinião Pública. Jornal diário, Pelotas, edições dos anos de 1917 e 1919.

Ilustração Pelotense. Revista quinzenal, Pelotas, edições de 1919 e 1924.